

Приложение 2 к рабочей программе
дисциплины
«Рекламные технологии»

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛЖСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ПЕДАГОГИКИ И ПРАВА»

Волжский социально-педагогический колледж

**Фонд оценочных средств
по дисциплине
«Рекламные технологии»**

Специальность:
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Уровень образования:
среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника:
дизайнер

Содержание

1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания	3
2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	8
2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля	8
2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине .	9
2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине.....	9
2.2.2 Задания для самостоятельной работы	9
2.2.3 Типовые задания.....	10
2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине.....	12
2.3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине....	12
2.3.2 Примерное задание на зачет дифференцированный зачет по дисциплине	13

ВИЭПП



1 Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять в ней устойчивый интерес</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
<p>ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности. - <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p>	хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		<p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
<p>ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- имеет базовые знания о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- имеет базовые знания о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать</p>	хорошо

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
		разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.	
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично
ПК 1.1 Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.	<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты;</p>	<p>- имеет базовые знания о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- знает цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- умеет самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

Перечень компетенций	Показатели оценивания компетенций	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.	- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.	<p>- <i>имеет базовые знания</i> о целях, задачах и средствах рекламной деятельности; основных принципах организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> по инструкции преподавателя разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	удовлетворительно
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> на основе типовых примеров разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	хорошо
		<p>- <i>знает</i> цели, задачи и средства рекламной деятельности; основные принципы организации рекламной деятельности.</p> <p>- <i>умеет</i> самостоятельно разрабатывать рекламные проекты; использовать разнообразные технические и изобразительные средства при разработке рекламных проектов.</p>	отлично

2 Типовые контрольные задания, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1 Типовые контрольные задания, используемые для проведения входного контроля

1. Что имеет каждый цвет?
 - a) Оттенок красного
 - b) Способность становится зеленым
 - c) Дополнительный цвет
2. Укажите первичные цвета.
 - a) Красный, жёлтый, синий
 - b) Красный, зелёный, жёлтый
 - c) Жёлтый, синий, белый
3. Какой цвет является составным?
 - a) Синий
 - b) Оранжевый
 - c) Красный
4. Как называется геометрический порядок множества цветов?
 - a) Цветовой круг
 - b) Палитра
 - c) Цветовая плоскость
5. Какие характеристики больше подходят чистым теплым цветам?
 - a) спокойный, уравновешенный, тихий
 - b) яркий, энергичный, жизнерадостный
 - c) нейтральный, успокаивающий,
 - d) спокойный, рассудительный, мрачный
6. Основные признаки цвета:
 - a) Цветовой контраст
 - b) Насыщенность
 - c) Ахроматический вариант
 - d) Цветовой тон
7. Чего можно достичь в цвете, используя модели геометрических фигур?
 - a) Гармонию родственно-контрастных цветов
 - b) Декоративную стилизацию
 - c) Цветовое равновесие
 - d) Гармоническое сочетание взаимодополнительных цветов
8. В чем выражается цветовая комбинаторика?
 - a) В изображении диаграмм все используемых сочетаний
 - b) В изменении формы
 - c) В подборе композиционной схемы
 - d) В сочетании цветовых масс
9. Чем определяется понятие "стиль"?
 - a) Системой внутренних связей
 - b) Целостностью всех компонентов художественного произведения
 - c) Копировальной грамотой
 - d) Манерой исполнения
10. В чем выражается выразительность цвета в композиции?
 - a) В спектральности цвета
 - b) В обогащении содержания образа цветовыми контрастными и нюансными отношениями
 - c) В совокупности многих цветов

- d) В символическом цветовом кодировании
11. Что такое цветовой акцент?
- Цветовой нюанс
 - Подчеркивание, выделение, ударение
 - Видоизменение реального объекта
 - Ритмическая взаимосвязь форм
12. Как достичь цветового равновесия?
- Сгармонизировать цветовые отношения
 - Выделить главный цвет
 - Использовать чистые (спектральные) цвета
 - Соотнести плоскости между собой

2.2 Типовые контрольные задания, используемые для текущего контроля по дисциплине

2.2.1 Методические материалы, используемые для текущего контроля знаний по дисциплине

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
Самостоятельное решение задач	Метод, при котором обучающиеся приобретают навыки творческого мышления, самостоятельного решения проблем теории и практики.	Типовые задания
Работа в малых группах	Метод, направленный на участие обучающихся в работе, развитие навыков сотрудничества, межличностного общения	Методика организации работы в малых группах Типовые задания

2.2.2 Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы по теме «Виды и средства распространения рекламы»

1. Подобрать рекламные объявления различных видов (печатное, звуковое, видео), определить достоинства и недостатки, оценить качество донесения информации до потребителя, степень воздействия рекламного объявления на потребителя.

Задания для самостоятельной работы по теме «Фирменный стиль в рекламе»

- Исследование и анализ графической информации:
 - проанализировать элементы и носители фирменного стиля торговой марки, выбранной для ребрендинга;
 - подобрать аналоги фирменного стиля торговой марки данного направления;
 - сравнить фирменный стиль выбранной торговой марки с аналогичными.
- Разработка эскизов:
 - разработать эскизы элементов фирменного стиля: знака, логотипа в различной цветовой гамме;
 - разработать композицию знака и логотипа;
 - разработать варианты носителей фирменного стиля для выбранной фирмы.

Задания для самостоятельной работы по теме «Печатная реклама. Конструктивная структура рекламы»

- Исследование и анализ графической информации.

Просмотреть печатные рекламные объявления. Выбрать печатную рекламу, дизайн которой покажется наиболее интересным и эффективным. Проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект.
- Разработка эскизов

Разработать эскизы печатной рекламы для фирмы (продукта питания, хозяйственных товаров, вещи). Носителями рекламы служат листовка, газета(журнал), буклет

Задания для самостоятельной работы по теме «Наружная реклама»

1. Исследование и анализ графической информации:

- проанализировать наружную рекламу фирмы (продукта, услуги) выбранной для выполнения задания и фирм (продуктов, услуг) аналогичных выбранной;
- выявить достоинства фирмы (продукта, услуги);
- проанализировать вывески различных фирм;
- выявить разновидности вывесок.

2. Разработка эскизов:

- разработать эскизы наружной рекламы для выбранной фирмы (продукта, услуги).
- разработать эскизы вывески для выбранной фирмы (продукта, услуги).

Задания для самостоятельной работы по теме «Событийный маркетинг»

1. Анализ рекламных мероприятий:

- проанализировать рекламное мероприятие, проходящие в городе;
- выявить достоинства и недостатки рекламного мероприятия, опираясь на основные моменты событийного маркетинга.

Задания для самостоятельной работы по теме «Организация рекламной деятельности»

1. Анализ рекламной кампании продукта (услуги).

- проанализировать рекламную кампанию продукта (услуги);
- выявить достоинства и недостатки рекламной кампании продукта (услуги).

2.2.3 Типовые задания

1. Анализ печатной рекламы.

Студентам раздается по 2-3 рекламных объявления для анализа. В каждом объявлении необходимо найти достоинства и недостатки, проанализировать композицию объявления, читаемость, цвет, шрифт, иллюстрации, качество донесения информации. Затем каждый предлагает анализ для обсуждения в группе.

2. Анализ звуковой рекламы.

Студенты прослушивают по 2-3 рекламных объявления. В каждом объявлении необходимо выявить достоинства и недостатки, проанализировать степень воздействия рекламного объявления на слушателя.

3. Анализ видео – рекламы.

Студенты просматривают видеоролик с рекламным сообщением. В рекламном сообщении необходимо проанализировать видеоряд, звуковое сопровождение ролика, степень воздействия рекламного ролика на зрителя.

4. Ребрендинг известной торговой марки.

Студент самостоятельно выбирает торговую марку для ребрендинга. При работе над заданием студент выполняет следующий вид работ:

- разработка фирменного знака;
- разработка фирменного логотипа;
- разработка легенды (значения) фирменного знака;
- разработка композиции фирменного знака и фирменного логотипа;
- разработка палитры корпоративных цветов, основной и дополнительной;
- разработка фирменного опорного шрифта;
- разработка носителей фирменного стиля: визитка, фирменный бланк, сувенирная продукция (по выбору студента).

Задание выполняется средствами двумерной векторной графики и представляется в печатном виде.

5. Разработка печатной рекламы: листовка.

Разработать рекламную листовку товара формат А5 на заданную тему.

Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь

разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Продумать чем листовка будет «цеплять» потенциального покупателя (акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

6. Разработка печатной рекламы: реклама в газете (журнале).

Разработать рекламу в журнале на всю страницу формат А4 на заданную тему. Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

7. Разработка печатной рекламы: буклет.

Разработать имиджевый буклет, формат А4, тип складывания – 2 фальца «Евро» или «Гармошка». Продумать чем реклама будет привлекать потенциального потребителя. Выявить достоинства фирмы.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде в натуральную величину.

8. Разработка наружной рекламы: сити-формат.

Разработать рекламный плакат 1200x1800 мм на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде

9. Разработка наружной рекламы: пиллар.

Разработать рекламный плакат для пилларса 1400x3000мм на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Тематика работы аналогична сити-формату. Эти работы не должны быть идентичны, но должно читаться стилевое единство в оформлении. Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде

10. Разработка наружной рекламы: ситиборд (билборд).

Разработать рекламный плакат интернет-магазина по продаже товара для ситиборда (билборда).

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

11. Разработка наружной рекламы: суперсайт (брендмауэр).

Разработать рекламный плакат для суперсайта (брендмауэра) на заданную тему.

Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя (достоинства продукта, новинка, акция, скидка, цена, подарок, яркий лозунг и т.д.). Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги). Написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

12. Разработка наружной рекламы: реклама на транспорте.

Разработать рекламу фирмы (товара, услуги) на транспорте на заданную тему. Продумать чем реклама будет привлекать потенциального покупателя. Выявить достоинства фирмы (продукта, услуги).

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

13. Разработка наружной рекламы: штендер.

Разработать рекламный плакат для штендера на заданную тему. Продумать чем объект будет привлекать потенциального покупателя.

Задание выполняется средствами двухмерной растровой и/или векторной графики и представляется в печатном виде.

14. Разработать один из видов рекламного мероприятия: событие, презентация, выставка, праздник, промо-акция.

Необходимо:

- сформулировать цели и задачи рекламного мероприятия;
- определить целевую аудиторию рекламного мероприятия;
- выбрать место (центр, окраина города или за пределами города, открытое или закрытое пространство, отдельное строение или отдел в торговом центре) проведения мероприятия;
- выбрать время проведения мероприятия (определить время года, день недели: выходной день, будний день, праздничный день, время в течении дня: утро, день, вечер);
- проработать содержание мероприятия, сценарий, элементы оформления и варианты раздаточного материала;
- продумать информационную поддержку мероприятия: по каким каналам будет проходить оповещение о мероприятии, за какой период времени до мероприятия, а так же, оповещение в СМИ после прохождения мероприятия;
- предоставить вариант рекламного мероприятия для обсуждения в группе.

14. Разработка рекламной кампании нового продукта.

Для выбранного нового продукта необходимо:

- разработать эскиз упаковки,
- продумать ассортимент,
- определить ценовую категорию продукта,
- выявить целевую аудиторию,
- разработать варианты акций для привлечения потребителей к новому продукту.

2.3 Типовые контрольные задания, используемые для промежуточной аттестации по дисциплине

2.3.1 Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету по дисциплине

1. Что такое реклама? Объект рекламы? Основные функции рекламы?
2. Каковы особенности распространения рекламы в печатных изданиях?
3. В чем заключается особенность наружной рекламы?
4. В чем заключается особенность Интернета как средства распространения рекламы?
5. В чем заключается особенность коммерческой рекламы?
6. В чем заключается особенность социальной рекламы?
7. В чем заключается особенность политической рекламы?
8. В чем заключается роль рекламы в современном обществе?
9. Как развивалась реклама?
10. Что такое фирменный стиль?
11. Что такое бренд? В чем отличие ребрендинга и рестайлинга?

12. Основные элементы фирменного стиля
13. Каковы основные принципы создания фирменного стиля?
14. Дать характеристику основным элементам печатной рекламы
15. Какие существуют изобразительные средства рекламы?
16. Какие основные требования предъявляются к работе над шрифтами?
17. Какое влияние оказывает цвет и форма на восприятие рекламы?
18. С помощью каких приемов можно привлечь внимание к рекламе?
19. Каковы инструменты событийного маркетинга?
20. В чем заключается событийный маркетинг?
21. В чем особенности основных мероприятий событийного маркетинга?
22. Какие задачи решаются различными инструментами событийного маркетинга?
23. Какие существуют виды рекламных агентств?
24. Каковы цели и задачи рекламной кампании?
25. Кто является участником рекламного процесса?

2.3.2 Примерное задание на дифференцированный зачет по дисциплине

1. В чем заключается особенность наружной рекламы?
2. Практическое задание. Предоставляется портфолио работ в печатном виде, выполненных за семестр.

ВИЭПП

